



UNIVERSIDADE DO VALE DO TAQUARI- UNIVATES
CURSO DE DESIGN DE MODA

**RECRIAR- O *UPCYCLING* COMO TÉCNICA DE
CRIAÇÃO DE MODA A PARTIR DO
REAPROVEITAMENTO DE VESTUÁRIO E RESÍDUOS
TÊXTEIS**

Jocelaine da Silva Bogner

Lajeado, novembro de 2019.

Jocelaine da Silva Bogner

**RECRIAR- O *UPCYCLING* COMO TÉCNICA DE
CRIAÇÃO DE MODA A PARTIR DO
REAPROVEITAMENTO DE VESTUÁRIO E RESÍDUOS
TÊXTEIS**

Artigo apresentado na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnóloga em Design de Moda da Universidade do Vale do Taquari – Univates.

Orientador: Profº Me. Cristian Leandro Metz

Lajeado, novembro de 2019.

RECRIAR - O *UPCYCLING* COMO TÉCNICA DE CRIAÇÃO DE MODA A PARTIR DO REAPROVEITAMENTO DE VESTUÁRIO E RESÍDUOS TÊXTEIS

Jocelaine da Silva Bogner¹
Cristian Leandro Metz²

RESUMO: A indústria da moda vive em constante crescimento e cada vez mais vem causando impactos significativos ao meio ambiente. Nesta era tecnológica, onde a conexão entre marcas e clientes é mais intensa, o consumidor de moda é bombardeado de informações e impulsionado a compras desnecessárias, levando a um consumo exagerado; essa prática faz com que todo esse vestuário consumido acabe sendo descartado muito rapidamente. Este estudo teve a intenção de propor uma alternativa para o descarte de itens de vestuário e resíduos têxteis, por meio da técnica de *upcycling*³. Além disso, foi explorado o conceito de sustentabilidade e como este está relacionado com moda, pensando o consumo consciente e o descarte que tornam-se uma possibilidade para uma concepção de moda sustentável. A metodologia do estudo baseou-se em revisão bibliográfica, pesquisa exploratória, pesquisa de internet e pesquisa de questionário. O estudo resultou no desenvolvimento de uma coleção cápsula chamada “RECRIAR”.

Palavras-chave: *Upcycling*. Sustentabilidade. Descarte.

ABSTRACT: The fashion industry is constantly growing and increasingly causing significant impacts on the environment. In this technological age, where the connection between brands and customers is most intense, the fashion consumer is bombarded with information and driven to unnecessary purchases, leading to overconsumption; This practice causes all of this consumed clothing to be discarded very quickly. This study aimed to propose an alternative for the disposal of garments and textile waste by the *upcycling* technique. In addition, the concept of sustainability was explored and how it relates to fashion, thinking conscious consumption and disposal that become a possibility for a sustainable fashion conception. The study methodology was based on literature review, exploratory research, internet research and questionnaire research. The study resulted in the development of a capsule collection called “CREATE”.

Key-words: *Upcycling*. Sustainability. Disposal.

¹ Graduanda do curso superior de Tecnologia em Design de Moda Universidade do Vale do Taquari- Univates, jocelaine.bogner@universo.univates.br.

² Doutorando em Diversidade Cultural e Inclusão Social (FEEVALE). Mestre em Processos e Manifestações Culturais (FEEVALE, 2016). Bacharel em Moda (FEEVALE, 2013), cristian.metz@univates.br

³ Segundo Berlim (2012, p.137) “o *upcycling* transforma produtos inúteis e descartáveis em novos materiais ou peças de maior valor, uso ou qualidade”.

INTRODUÇÃO

A indústria da moda vem crescendo cada vez mais e gera impactos negativos ao meio ambiente, como a contaminação do solo a partir dos resíduos químicos, o uso intensivo de água e a geração excessiva de resíduos têxteis. Diante desse cenário, a indústria têxtil é considerada uma das indústrias que mais contribuem com a insustentabilidade do ecossistema. Atualmente vivemos em uma era onde a tecnologia é muito intensa e os consumidores são bombardeados de informações e de tendências passageiras, acabando por se esquecer dos danos causados pela compra excessiva que a moda lhe proporciona.

O objetivo desse estudo busca apresentar o *upcycling* como uma das soluções para o fortalecimento de uma moda sustentável, produzidas a partir de peças de vestuário descartadas e do descarte produzido pela indústria têxtil. A intenção é reconhecer a importância do *upcycling* para pensar a sustentabilidade, aliada à moda, na promoção de um consumo consciente de peças de vestuário. Propõem-se desenvolver uma coleção cápsula de moda a partir da técnica de *upcycling*, ressignificando o material sem que a sua composição seja alterada, promovendo o pensamento sustentável e o consumo consciente.

O procedimento metodológico foi composto por pesquisa exploratória (SEVERINO, 2007) que busca levantar informações sobre um determinado objeto, delimitando assim um campo de trabalho, mapeando as condições de manifestação desse objeto; a pesquisa bibliográfica (GIL, 2008) que consiste na coleta de materiais já elaborados, constituídos principalmente de livros e artigos científicos. Além disso, realizou-se uma pesquisa com questionário (VIEIRA, 2009) que é um instrumento de pesquisa constituída por questões sobre o tema abordado e a pesquisa de internet que consiste em sistemas de busca e *softwares* desenvolvidos para prover a localização de informações na *web* (YAMAOKA, 2015).

O presente artigo se justifica ao perceber que o consumismo exagerado é algo que afeta diretamente os consumidores da indústria da moda; a proposta de uma moda mais sustentável é bastante recente e requer um pensamento bastante crítico para a sua efetivação. Um dos caminhos para o desenvolvimento de peças de vestuário a partir do descarte da indústria têxtil se dá por meio da técnica de *upcycling*.

O presente trabalho é dividido em cinco partes, sendo que no primeiro capítulo é abordado o conceito de sustentabilidade e como se relaciona com a moda. Em seguida o consumo consciente e o descarte gerado pelos consumidores de moda, o terceiro capítulo relata o conceito da técnica de *upcycling*, e posteriormente faz uma pesquisa de campo em forma de questionário para compreender melhor o assunto por parte das consumidoras. Por fim o desenvolvimento da coleção cápsula.

1. MODA E SUSTENTABILIDADE

A Organização das Nações Unidas (ONU) propõe uma agenda que oferece um plano de ação para as pessoas, para o planeta e para a prosperidade e nela busca-se fortalecimento da paz universal com mais liberdade. A agenda de 2030 sugere 17 objetivos voltados ao desenvolvimento sustentável e segundo a ONU (2019, fonte digital) “os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) são um apelo universal da Organização das Nações Unidas à ação para acabar com a pobreza, proteger o planeta e assegurar que todas as pessoas tenham paz e prosperidade”. Todos os objetivos são relevantes, mas em especial, o ODS 12 tem maior aderência a este trabalho. Segundo a ONU (2019, fonte digital), este objetivo tem a intenção de

Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis, apresenta metas para reduzir o desperdício, alcançar uma gestão sustentável, com o uso eficiente de recursos naturais, propondo reduzir a geração de resíduos por meio da prevenção como a redução, reciclagem e reuso.

São metas sugeridas para um melhor desenvolvimento humano e que se evidenciam neste estudo pois é, a partir da reutilização de peças de vestuário e resíduo têxtil gerado pela indústria que o desperdício é transformado. A agenda oferece medidas ousadas e transformadoras para direcionar o mundo a um caminho sustentável e resiliente.

Segundo Bergamo (1998) a moda sempre está em constante mudança e é perceptível que cada vez mais a sustentabilidade vem sendo requisitada dentro da sociedade. Sabemos que há diversos meios para modificarmos processos e hábitos,

tornando-os mais sustentáveis, mas é de grande importância conhecer primeiro o conceito de sustentabilidade para um melhor entendimento do assunto. Para Schulte (2011, p.60),

O conceito de sustentabilidade ambiental foi concebido no início da década de 70, na Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente, para sugerir que era possível conseguir o crescimento econômico e a industrialização sem destruir o meio ambiente. O modelo proposto para o desenvolvimento sustentável foi uma tentativa para harmonizar o desenvolvimento humano com os limites da natureza.

Salcedo (2014) acrescenta que o termo “sustentabilidade” ganhou ênfase em 1987, quando foi formulado o Relatório de Brundtland⁴, nesse documento consta que o desenvolvimento sustentável é um processo que “satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades” (SALCEDO, 2014, p. 14). Berlim (2012) propõe que a sustentabilidade não se relaciona apenas com ações de filantropia, gestão de resíduos ou plantio de árvores, mas sim com uma mudança de visão de cada indivíduo. Camargo (2015, p.15) acredita que a sustentabilidade deve promover um equilíbrio entre o ser humano e meio ambiente,

O termo desenvolvimento sustentável tem evoluído, desde o seu surgimento, de forma a abarcar em si todas as questões que inter-relacionam meio ambiente e desenvolvimento humano. Possui a dimensão crítica da necessidade de coexistência e coevolução dos seres humanos entre si e com as demais formas de vida do planeta, além de ser também concebido como um novo paradigma que relaciona aspirações coletivas de paz, liberdade, melhores condições de vida e de um meio ambiente saudável.

A moda, aliada a sustentabilidade, pode ser percebida sob diferentes enfoques: ecomoda, moda ética, *slow fashion*⁵ e moda mais sustentável. Salcedo (2014) explana, conforme sua opinião, que a ecomoda enfatiza a redução do impacto ambiental e são peças de roupa ou produtos fabricados de maneira que não

⁴ Segundo Berlim (2012) o Relatório de Brundtland é um documento de caráter socioeconômico elaborado pela Organização das Nações Unidas (ONU) apresentado em 1987, propõe o desenvolvimento sustentável, que é “aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras de suprir suas próprias necessidades” (IDEM, 2012, p.16).

⁵ Segundo Saffi (2013) o termo foi cunhado pela consultora de Design sustentável Kate Fletcher, em 2008. O *slow fashion* incentiva o reconhecimento de que os impactos das escolhas, principalmente de consumo, todos interligados ao sistema ambiental e social.

prejudiquem o meio ambiente, tentando substituir processos químicos por métodos e produtos naturais. Ainda segundo a autora, a moda ética se preocupa também com os aspectos ambientais, mas se concentra na saúde de seus consumidores e nas condições de trabalho dentro da indústria de moda. O *slow fashion* (moda lenta) pensa nos seus consumidores e seus hábitos, levado maior tempo para serem produzidos já que se propõem uma diferenciação em termos de qualidade nos produtos que são fabricados.

O conceito de moda mais sustentável “engloba todas as iniciativas que permitem que a indústria subsista ao longo do tempo, dados os recursos dos quais dispomos e garantindo igualdade e justiça sociais” (SALCEDO, 2014, p.33) e complementa que a moda sustentável não é somente impulsionada pelos estilistas e empresas, mas principalmente pelo consumidor que é responsável na hora de reverter os impactos negativos da moda. Portanto a sustentabilidade surge como um processo de desenvolvimento humano onde deve haver harmonia entre os mesmos e o meio ambiente.

Para Colombo (2014) a sustentabilidade engloba três pilares: o desenvolvimento sustentável ambiental, que se refere a todas as condutas que possuam algum impacto sobre o meio ambiente; o segundo pilar é o da melhoria de eficiência econômica, onde uma empresa deve ser capaz de produzir, distribuir e oferecer seus produtos e serviços sem explorar pessoas, empresas ou ecossistemas devendo agir de forma justa e transparente; e, por último, o terceiro pilar que está relacionado ao desenvolvimento social e com o bem-estar de todos aqueles envolvidos com as atividades de uma empresa. Os três pilares devem estar em harmonia, alinhados com os objetivos da empresa, pois assim garantem a integridade do mundo, da natureza e da sociedade. Lee (2009, p.103) complementa que a sustentabilidade “significa a combinação de estratégias de negócio que somem realidade financeira e medidas que visam a proteção, a sustentação e a melhora dos recursos humanos e naturais que serão necessários no futuro”.

As indústrias da moda estão cada vez mais preocupadas com o meio ambiente e conforme Lee (2009) o comércio vem se tornando mais consciente da produção ética e sustentável, reconhece o comércio justo, a produção orgânica e a reciclagem como métodos importantes de trabalho. A sustentabilidade pode desafiar

a moda, mas tem potencial para transformar o setor pela raiz, influenciando todos aqueles que trabalham diariamente com a moda e produtos têxteis (FLETCHER e GROSE, 2011).

A sustentabilidade na moda é um segmento que muitas empresas apostam para se diferenciar, mas ela deve ser incorporada como estratégia pelo setor como um todo. Cietta (2018, p.430) complementa descrevendo que “não devemos criar uma moda sustentável, mas sim tornar sustentável a moda”, ou seja, contribuir com métodos de produção mais justos e transparentes, minimizando os impactos ambientais e alimentando o conhecimento dos consumidores sobre a sustentabilidade.

Diante do contexto apresentado podemos perceber como a moda e a sustentabilidade aliadas, podem gerar resultados significativos para o futuro. Para Berlim (2012) a moda pode adotar práticas sustentáveis, mas deve criar produtos que reflitam sobre a consciência das questões ambientais e sociais, podendo ao mesmo tempo expressar os desejos e necessidades de quem a consome. É por isso que devemos assumir uma responsabilidade individual e refletir sobre o nosso desenvolvimento enquanto consumidores moda.

2. CONSUMO CONSCIENTE E DESCARTE

Somos atraídos pelas mudanças que ocorrem na moda, principalmente em termos de comportamento de consumo e num contexto em que o consumidor de moda se depara com inúmeras possibilidades de compra. A informação passou a ser crucial quando falamos em comportamento de consumo. Segundo Cietta (2017) o consumidor de moda é imprevisível nas suas escolhas e ainda não foram encontrados algoritmos ou fórmulas para antecipar a escolha dos consumidores, a informação de tendências, o seu início e seu fim. E complementa que

O consumo de moda pende entre uma escolha individual de distanciamento da tendência de moda em uso (a escolha individual) e uma escolha da adoção daquilo que é usado pela maioria (a escolha social). Em termos econômicos, então, significa que o consumo do indivíduo é influenciado tanto pelas preferências individuais quanto pelas dos outros (CIETTA, 2017, p.155).

O consumidor de moda consegue acesso muito rápido e está mais informado sobre as marcas e diante dessas transformações cabe ao *designer* buscar soluções para desenvolver produtos com o foco na sustentabilidade. Segundo Fletcher e Grose (2011) os desafios que a sustentabilidade apresenta na indústria da moda são imensos, e os *designers* precisam pensar em plataformas que transformem paradigmas, sendo bem informados e motivados, devem optar por ideias inovadoras, práticas que transformem o sistema da moda como um todo, pois serão eles que atuarão como facilitadores de uma moda mais sustentável.

Deste modo, o consumidor de moda está acostumado com lançamentos de coleções e a uma variedade de peças e produtos inseridos numa concepção de consumo cada vez mais rápida, conhecida também como *Fast Fashion*, que de acordo com Salcedo (2014, p. 26) “é a prática de grandes empresas internacionais de moda e redes de distribuição que conseguiram seduzir sua clientela graças a atualização constante do design de suas peças e aos baixos preços”. O Instituto de Estudos e *Marketing* Industrial (IEMI, 2013) afirma que o setor têxtil está crescendo como um todo e o item de vestuário é o que representa maior número de fabricas no Brasil. Conforme Sabrá (2016, p. 54),

É possível verificar que o consumidor nos últimos anos vem gastando mais em produtos e serviços aos quais até então não tinha acesso, tais como aparelhos eletrônicos, celulares, ect. Entretanto, isso não quer dizer que o consumo de têxteis tenha se reduzido; muito ao contrário, ele aumentou, principalmente em produtos identificados como de maior valor agregado, ou seja produtos associados a algum valor simbólico, como objetos vinculados a culturas locais, ou produzidos artesanalmente.

Segundo Silva e Souza (2017), comprar roupas diferentes e mais baratas parece muito atrativo. No entanto esse encanto acaba quando nos deparamos com os problemas da indústria da moda como: a produção em excesso, salário injusto, bem-estar dos trabalhadores e poluição ambiental. Ainda, segundo os autores, “esses problemas ambientais estão relacionados à poluição do solo, ar, água e a falta de tratamento e destinação inadequada de resíduos sólidos, isso não afeta somente ao meio ambiente, mas também causa danos à saúde da população em geral” (SILVA E SOUZA, 2017, p.02).

Para Berlim (2012, p.46) o consumo de produtos (sejam eles materiais ou

imateriais) representa para o individuo muito mais que uma simples aquisição: “os valores atribuídos aos produtos transcendem eles próprios e as motivações do consumo de moda vão além da clássica explicação da busca por *status*”. Porém, como destaca Lee (2009) poucas pessoas pensam na quantidade de peças que estão adquirindo ou sobre o seu descarte posterior; com preços baixos, a sociedade consegue produtos rapidamente adquirindo compulsivamente mais, resultando em um exagero de consumo.

Segundo Salcedo (2014) quando cortamos uma peça, sempre acabam sobrando muitos pedaços do tecido e esses pequenos pedaços não são utilizados na confecção da peça; desta forma, são descartados transformando-se em resíduos pré-consumo. Complementa informando que “quinze por cento do tecido utilizado pela indústria viram resíduos que acabam no chão das oficinas de corte” (SALCEDO, 2014, p.44). Agora especificamente sobre o Brasil, Ferreira et al (2015, p.40) elucidam,

Das 175 mil toneladas de resíduos geradas ao ano no Brasil, apenas 36 mil toneladas são reaproveitadas na produção de barbantes, mantas, novas peças de roupas e fios, o que equivale a 20% das sobras. Segundo a Associação Brasileira da indústria Têxtil e Confecção (ABIT), só na região de Bom Retiro, bairro da cidade da São Paulo, são descartados inadequadamente 12 toneladas de retalhos produzidos por mais de 1,2 mil confecções diariamente. A coleta desses retalhos é realizada de forma desorganizada e não há uma preocupação com a destinação adequada.

A quantidade e variedade de material descartado no processo de produção vão além dos resíduos têxteis; podem estar associados, também, a todo tipo de impacto como “mudanças climáticas, efeitos adversos sobre a água e seus ciclos, poluição química, perda da biodiversidade, uso excessivo ou inadequado de recursos não renováveis, geração de resíduos, efeitos negativos sobre a saúde humana” (FLETCHER E GROSE, 2011, p.13).

Em relação ao descarte de roupas Lee (2009) informa que a qualidade das peças baixou nos últimos anos, fazendo que o desperdício atingisse níveis altíssimos; quando adquirimos peças com qualidade podemos observar que a mesma durará por mais tempo, ou seja, retarda a necessidade de comprar outros produtos. Segundo Pinto e Souza (2015, p.50),

O excesso de mercadorias aumenta a incerteza nas escolhas dos indivíduos e esta é a função desses novos produtos: manter o indivíduo sempre em busca de satisfação e de estar na moda, explorando o fascínio das novidades sobre ele e sua fragilidade diante delas, prometendo ainda muitas emoções. As pessoas são bombardeadas a cada dia com novidades muito sedutoras, porém inúteis, numa grande velocidade; além disso, a velocidade com que se cria é a mesma com que a roupa sai de cena.

O consumo ecológico conforme Berlim (2012) aponta que já existem alguns consumidores motivados com pensamentos que vão além de suas capacidades e desejos e estabelece novas relações de consumo entre usuários, criadores e *designers*. O comportamento do consumidor é de grande importância para o mercado de moda e a base do crescimento econômico destas está passando por uma reflexão dos clientes atuais e futuros, focando no cenário da sustentabilidade.

Com base nessas informações sobre as questões de consumo e descarte de peças de vestuário, é utilizado o reaproveitamento de vestuário e resíduos têxteis possibilitando o não descarte desse material. Saffi (2015) acredita que a reutilização dos materiais descartados diminui a exploração de recursos naturais e traz de volta para o mercado produtos obsoletos. As peças feitas a partir da técnica do *upcycling* proporcionam uma nova experiência com a customização e criatividade, promovendo uma nova forma de pensar para futuro.

3. TÉCNICA DE UPCYCLING

Perante aos impactos que a indústria têxtil causa ao meio ambiente, surgem cada vez formas de cooperar para amenizar essas consequências. Neste contexto, a técnica de *upcycling*, que utiliza o descarte de peças de vestuário e resíduos têxteis para a criação de artigos de moda, é uma alternativa para reduzir a degradação ambiental gerada pela indústria da moda.

Segundo Saffi (2015) o termo *upcycling* foi usado, primeiramente, por Willian McDonough e Michael Braungart; os autores afirmam que o objetivo da técnica é evitar o desperdício de materiais úteis, usando aqueles já existentes, pois isso reduz o uso de matéria-prima durante a criação de produtos, contribui na redução de energia, poluição do ar e água e emissão de gases de efeito estufa. Conforme Paollielo e Souza (2015) o *upcycling* é um conceito cada vez mais relevante, pois

consiste em utilizar um material descartado ou resíduo de um produto e transformar em um novo material com maior valor, uso ou qualidade. Berlim (2012, p. 137) complementa que a técnica faz “[...] uso de matérias cujas vidas úteis estejam no fim, por obsolescência real ou percebida na forma, função ou materialidade, valendo-se deles para a criação de outro”. Na mesma perspectiva, Anicet et al (2011, p. 03) afirma que,

Um novo conceito que tem vindo a ganhar importância é o *upcycling*, que significa utilizar um material já utilizado ou resíduo de um produto tal como foi encontrado, sem despendar mais energia na reutilização do mesmo, ou seja, sem reciclar o produto. É um processo de recuperação que transforma os resíduos desperdiçados em novos produtos materiais com superior qualidade e valor ambiental.

Para Carvalho (2016) o *upcycling* reinsere peças descartadas de um processo e as transformam. A matéria-prima é apropriada peça, que, a partir da utilização da técnica, transforma-se em algo novo com criatividade, baixo custo de energia e sendo assim, diferente da reciclagem. Os produtos que são feitos a partir da técnica não agredem o meio ambiente, por isso não passam por processos mecânicos e físicos, apenas utilizado o material tal como ele é, acrescenta (FLETCHER e GROSE, 2011). Conforme Paoliello e Souza (2015) a reciclagem trata da recuperação de um material e pode ser considerada uma alternativa menos ecológica, pois os processos de reciclagem consomem mais energia de fontes não renováveis. Gwilt (2014, p. 146), informa a diferença entre o *upcycling* e reciclagem,

Upcycling” é o termo usado para descrever uma técnica de se aprimorar e agregar valor a um produto ou material que, de outra forma, seria jogado fora. Diferente da reciclagem, que pode resultar em depreciação e redução de valor de um material ou produto, o *upcycling* permite que você aumente o aproveitamento e o valor de um material, prolongando sua vida.

A indústria da moda tem consciência que os resíduos têxteis são o resultado de grandes produções e de altos níveis de consumo; Fletcher e Grose (2011) salientam que as roupas e resíduos descartados podem ganhar uma reparação criteriosa, sendo assim, o *upcycling* se torna uma alternativa para diminuir as sobras de materiais gerados pela indústria e consumidores. Todo vestuário e os resíduos que não são aproveitados são considerados matéria-prima para produzir novas peças. Carvalho (2016) revela que o *upcycling* não é somente reformar roupas e sim, está relacionado com tecidos esquecidos em fábricas, sobras de aviamento e

diversas matérias-primas que seriam descartadas durante o processo de produção. Saffi (2015, p. 25) acrescenta que “vale lembrar que o *upcycling* pode ser feito de qualquer material” e complementa que a origem da matéria-prima pode ser doada por uma fábrica, composta por objetos sem uso encontrados na rua ou por pertences pessoais.

A técnica consiste em criar peças únicas, com aplicações artesanais e podem possuir modelagens diferenciadas com vários recortes, tecidos *vintage*⁶ e aviamentos (FLETCHER e GROSE, 2011). No Brasil, uma das marcas que trabalha com *upcycling* é a Comas, da cidade de São Paulo. A marca tem, como principal característica, a reutilização de camisas masculinas descartadas, que se transformam em saias, blusas femininas, calças e vestidos. Percebemos a técnica aplicada no vestuário na figura 1.

Figura 1 - Vestuário de moda.



Fonte: Linha circular da marca Comas (2019).

Segundo Shulte e Lopes (2013), a técnica é uma possibilidade de inserir a sustentabilidade na moda, pois as peças criadas são feitas a partir do descarte do vestuário e resíduos têxteis e se configura como uma maneira para dar uma nova utilização para os produtos que seriam descartados. Quando falamos em produtos sustentáveis vale lembrar que não só os aspectos ambientais que importam dentro de uma indústria os aspectos sociais também contribuem para o contexto; Salcedo

⁶ Conforme Berlim (2012, p.69) “*vintage* é um termo utilizado para definir algo clássico, antigo e de excelente qualidade. Geralmente, o termo é visto também quando acontece o forte retorno de algo que remete a épocas antigas.

(2014) pensa nas condições de trabalho e acredita que as empresas devam ser transparentes tanto quanto com o funcionário e consumidor.

Diante da definição de como o processo de *upcycling* funciona é percebido que a técnica depende de vestuário e resíduo têxtil ou de outro qualquer produto obsoleto, que acabaram sobrando dentro de uma fábrica, indústria ou de usuários. Conforme Pinto e Sousa (2015, p. 13) “os pontos positivos do *upcycling* são: a redução do desperdício têxtil, a recolocação no mercado de materiais inutilizados, a agregação de valor a produtos obsoletos e a redução no custo da produção”; desta forma, a técnica se mostra uma grande alternativa para uma moda mais sustentável, pois além de incluir todos esses fatores citados, propõem um consumo mais consciente.

4. ANÁLISE DE DADOS DA PESQUISA APLICADA

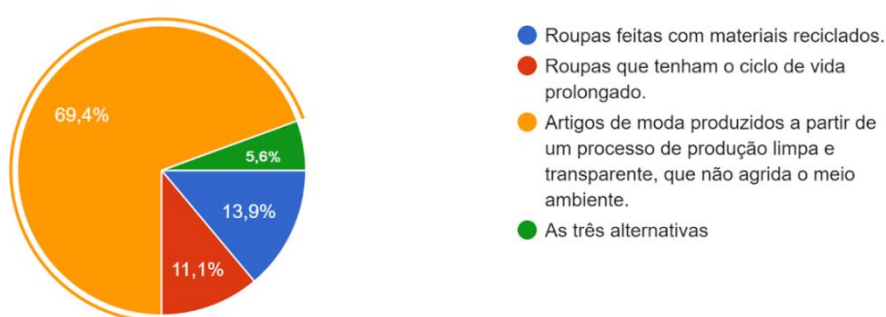
Para compreender melhor como os consumidores percebem a técnica de *upcycling* na moda, foi elaborado uma pesquisa de campo por meio de questionário (apêndice A). Foram desenvolvidas 9 questões sobre a sustentabilidade na moda e o *upcycling*. As questões foram objetivas, porém, em 2 delas, houve a opção de apontar opiniões descritivas; sendo assim, as respostas foram analisadas por meio da abordagem quantitativa e qualitativa. Conforme Vieira (2009) o método da pesquisa qualitativa é exploratória no sentido de buscar conhecimento para questões, cuja as informações disponíveis são insuficientes, busca levantar opiniões, crenças, interagir com as pessoas, comportamentos e emoções. Já na pesquisa quantitativa,

As informações são de natureza numérica. O pesquisador busca classificar, ordenar ou medir as variáveis para apresentar estatísticas, comparar grupos ou estabelecer associações. O conhecimento obtido é generalizável, ou seja, é possível estender, com certa margem de erro, o resultado da pesquisa para toda a população de onde proveio a amostra. (VIEIRA, 2009, p.5)

A pesquisa foi realizada com 36 consumidores e a primeira questão tinha a intenção de identificar a faixa etária; segundo os respondentes 52,8% tem idade entre 15 a 25 anos, 33,3% tem idade entre 25 a 35 anos, 6,95% informam que tem entre 35 a 45 anos e os outros 6,95% estão na faixa dos 45 a 55 anos.

Para compreender o que os consumidores entendem sobre a sustentabilidade e moda foi realizada a segunda questão e podemos verificar os dados no gráfico 2. Conforme as respostas obtidas, para 13,9% dos entrevistados, a sustentabilidade na moda é feita com materiais reciclados; outras 11,1% dizem que a sustentabilidade utiliza roupas que tenham um período mais longo de uso. A maior parte das respostas (69,4%) informa que a sustentabilidade é um processo de produção limpa e transparente que não agride o meio ambiente e 5,6% dos respondentes acreditam que todas as opções estariam corretas.

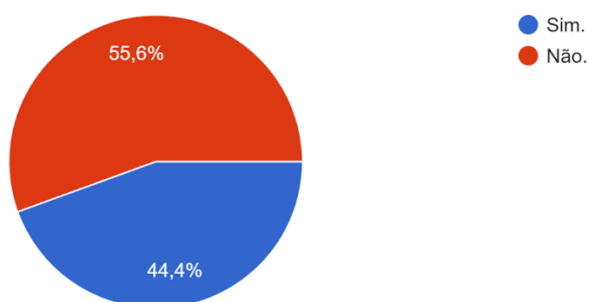
Gráfico 2 - O que é sustentabilidade na moda para você?



Fonte: Formulários do Google elaborado pela autora (2019).

A terceira questão tem a intenção de saber se os consumidores se importam sobre o impacto que o setor têxtil exerce ao meio ambiente (gráfico 3); 44,4% dos participantes da pesquisa informam que se importam com os danos causados ao meio ambiente. Os outros 55,6% dos entrevistados apontam que, ao comprar suas roupas, não refletem sobre os impactos gerados pela indústria têxtil.

Gráfico 3 - Ao comprar roupas, você pensa no impacto que o setor da moda exerce sobre o meio ambiente?

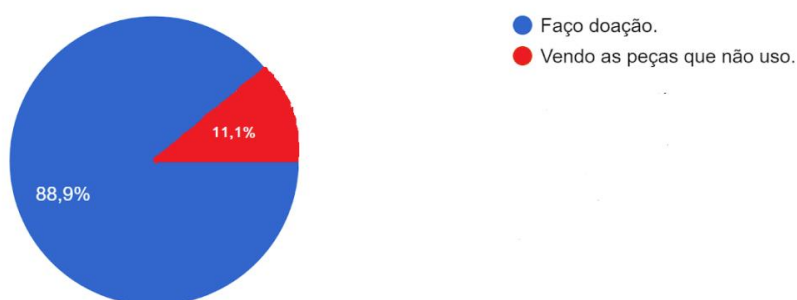


Fonte: Formulários do Google elaborado pela autora (2019).

A quarta questão foi elaborada de forma descritiva e questiona se os respondentes conhecem alguma marca de moda que trabalha com sustentabilidade. Do universo total de respondentes (36 pessoas) nesta questão foram obtidas 17 respostas: 58,9% dizem que não conhecem marcas que trabalham com práticas sustentáveis e 41,1% mencionaram marcas como Desigual, Dobra, Malwee, Reserva, Insecta Shoes, Sueka e Revoadá. Desta forma, por ser uma pergunta aberta, não foi gerado gráfico da questão 4.

Para conhecer os hábitos utilizados pelos respondentes sobre como fazem o descarte do vestuário que não tem mais vida útil, a maior parte deles (88,9%) informou que fazem doações, enquanto 11,1% dos respondentes marcou que vende ou transforma em outras peças (gráfico 5).

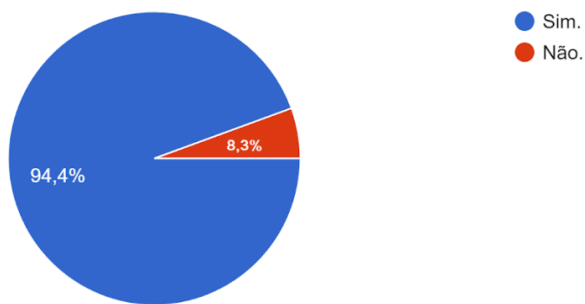
Gráfico 5- Como você descarta suas roupas?



Fonte: Formulários do Google elaborado pela autora (2019).

Pensando em soluções para reduzir o impacto que o setor têxtil gera ao meio ambiente, a sexta pergunta, questiona se a técnica de *upcycling* pode ser uma alternativa para reduzir os danos causados ao meio ambiente (gráfico 6). Perante os respondentes, 5,6% acreditam que o *upcycling* não irá contribuir para a redução dos danos causados enquanto que 94,4% dizem que aplicação da técnica pode sim, ajudar a diminuir tais impactos.

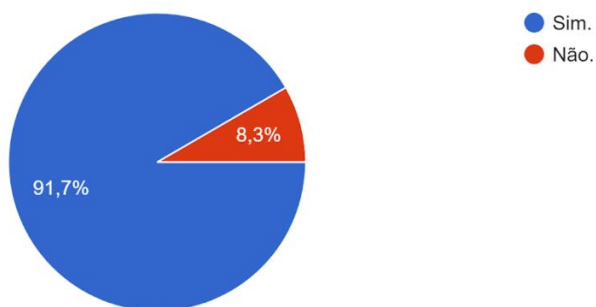
Gráfico 6- Você pensa que produtos feitos a partir da prática do *upcycling* podem ser uma maneira de reduzir o impacto do setor têxtil sobre o meio ambiente?



Fonte: Formulários do Google elaborado pela autora (2019).

Para saber se os produtos feitos a partir da técnica de *upcycling* seriam consumidos no mercado da moda, foi elaborada a sétima questão. Para os respondentes da pesquisa 8,3% disseram que não comprariam peças que tivessem a reutilização de vestuário ou resíduos têxteis, mas 91,7% disseram que comprariam produtos produzidos a partir da técnica de *upcycling* (gráfico 7).

Gráfico 7- Você compraria produtos feitos a partir da reutilização de peças de vestuário ou do resíduo da indústria têxtil?



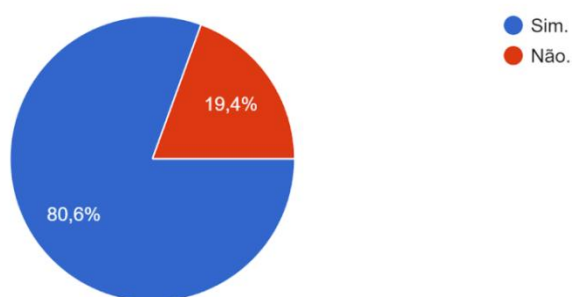
Fonte: Formulários do Google elaborado pela autora (2019).

A questão número oito aborda sobre os produtos que seriam produzidos, ou seja, tem a intenção de descobrir quais são os produtos que os consumidores gostariam de ver/ ter no mercado atual. Como é uma pergunta descritiva, foram citados vários artigos de moda, mas em especial roupas que se transformassem em novas, como o reaproveitamento do jeans, blusas, camisas, vestidos, bolsas, acessórios e sapatos. Conforme a respondente número 27 “Qualquer produto pode ser produzido e posteriormente ser comprado, desde que, encante o consumidor”. Da mesma forma, não houve geração de gráfico nesta questão.

E para finalizar a pesquisa de campo a questão 9 pergunta se os

entrevistados estão cientes que o *upcycling* pode não agradar a todos por ser produzidos com matérias que seriam descartados. Do total, 19,4% disseram que não pensam nisso; já as outras 80,6% estão cientes que a técnica de *upcycling* pode não agradar as consumidoras de moda (gráfico 9).

Gráfico 9 - Você pensa que os produtos feitos a partir do *upcycling* podem não agradar a todos os consumidores por serem feitos com materiais de descarte?



Fonte: Formulários do Google elaborado pela autora (2019).

Diante das respostas obtidas por meio da pesquisa de campo, podemos observar que a técnica de *upcycling* pode ser uma alternativa para a redução dos resíduos gerados pelo vestuário e a indústria têxtil; conforme as respostas obtidas na sexta questão, as respondentes afirmam que a técnica pode sim ajudar a diminuir tais impactos causados ao meio ambiente. Percebemos, também, que as respondentes não refletem muito sobre os impactos causados ao meio ambiente quando estão adquirindo produtos, comprem sem necessidade, consumindo em excesso ou não preocupam-se com a origem das peças. Todos esses fatores são de grande importância para consumidoras que se importam com uma moda mais consciente.

É possível verificar na pesquisa abordada que há uma relutância para consumir peças produzidas a partir da técnica de *upcycling*, não se tem uma boa aceitação do material que é utilizado para confeccionar as peças, devido a ele não ter mais “vida útil”, ou seja, é uma peça que seria descartada.

A moda sustentável pode ser inserida de várias maneiras na vida das pessoas, mas é necessário que parta de forma individual; conhecer marcas que trabalham com sustentabilidade ou que estejam contribuindo para melhorias na área da moda é uma alternativa. Segundo Carvalhal (2016, p.41) a nova era está

chegando “com essa consciência, a vida humana ganhará um novo sentido. De individuação e integração. O indivíduo assumirá sua autenticidade, sua autonomia sua responsabilidade em relação a si mesmo, ou outro, a natureza e ao mundo”.

5. COLEÇÃO RECRIAR

Uma coleção de moda exige um bom desenvolvimento, seguido de etapas para a produção correta dos produtos. Conforme Rech (apud TREPTOW, 2007, p.44),

Produtos resultantes de projetos de design tem um melhor desempenho que aqueles desenvolvidos por métodos empíricos e são obtidos em um curto espaço de tempo, considerando conceito e cliente como pólos terminais do ciclo de desenvolvimento.

Para elaborar a coleção cápsula RECRIAR foi primeiramente necessária uma pesquisa de inspiração, reunido todos os materiais que seriam utilizados na confecção das peças, para que assim, pudesse definir cartela de cores, mix de produtos, croquis e modelagens.

A Coleção cápsula apresenta tonalidades, nuances, bordados e modelagens diferenciadas inspiradas na floresta Atlântica. Conforme o SOS Mata Atlântica (2016, fonte digital) o bioma abrange 17 estados (Alagoas, Bahia, Ceará, Espírito Santo, Goiás, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo e Sergipe); a mata ocupava mais de 1,3 milhões de km² mas devido as atividades humanas na região, restam apenas 12,4% da floresta que existia originalmente (figura 2). O bioma abriga mais de 15 mil espécies de plantas e mais de 2 mil espécies de animais vertebrados, além de insetos. Uma floresta rica em diversidade e uma das mais ameaçadas do planeta pois “das 633 espécies de animais ameaçadas de extinção no Brasil, 383 ocorrem na Mata Atlântica” (SOS MATA ATLÂNTICA, 2016, fonte digital). A escolha do tema para a coleção se deu de forma a conscientizar sobre como a Floresta Atlântica é importante para a manutenção da vida, o que às vezes não nos damos conta.

Figura 2- Mata Atlântica.



Fonte: SOS MATA ATLÂNTICA adaptado pela autora (2019).

A coleção é constituída por 6 *looks*, sendo 1 conceitual e os demais, comerciais; e dentre dos *looks* comerciais uma das peças está direcionada à inclusão, nesse caso de uma pessoa com Nanismo. Diante do cenário atual da moda, a proposta da coleção é buscar/mostrar uma moda mais consciente, por meio da técnica de *upcycling* que utiliza o vestuário e resíduos têxteis como materiais para a confecção das peças. A cartela de cores, conforme Tretow (2007) deve ser utilizada de acordo com o tema escolhido da coleção. As cores usadas na coleção RECRIAR possui nuances de azul, branco, rosa pink, bordô e verde. Para a elaboração das peças o principal material utilizado foi o jeans (calças e saias), que é um dos materiais encontrados em grandes proporções para descarte. Depois foram utilizados resíduos têxteis (como a malha, oriunda de uma empresa da região) e peças de vestuário como camisas de linho, chiffon, blusa de viscose e peças de tricô que foram desmanchadas para fazer os bordados.

A coleção RECRIAR propõe uma moda para o futuro, reduzindo o desperdício, e ressaltando criatividade e sensibilidade de criar uma moda sustentável e consciente (APÊNDICE B).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os estudos realizados no presente artigo tiveram como principal objetivo mostrar, por meio de pesquisas, como a técnica de *upcycling* pode ser uma alternativa para uma moda mais sustentável e consciente. Podemos afirmar que a sustentabilidade pode ser constituída de varias formas, seja ela no ato de produção, de consumir ou de reutilização.

O consumidor de moda está cada vez mais informado, e rapidamente é atraído pelas marcas, que bombardeiam informações a todo momento para influenciar a compra exagerada. Constatou que para uma moda mais consciente primeiramente devemos refletir individualmente nas ações de compra e necessitamos de uma conscientização, pois estamos entrando em uma era de transição onde a busca por novos valores são essenciais para essa evolução.

Com as informações obtidas por meio da pesquisa do questionário, foi possível perceber que a moda sustentável não é muito conhecida pelos respondentes; devemos explorar/estudar mais marcas que trabalham com a sustentabilidade, para aprimorar e expandir o conhecimento sobre o assunto. Verificou-se também que há uma certa relutância para adquirir produtos de materiais que são reaproveitados na fabricação das peças, mesmo que a técnica de *upcycling* seja pouco introduzida em coleções, ela vem crescendo no mercado de moda.

A realização desse artigo foi de grande importância e conhecimento sobre a técnica aplicada, mesmo apresentando uma bibliografia escassa para realizar as consultas, o desenvolvimento do artigo e da coleção cápsula foram concluídas com sucesso. Foi possível cumprir o objetivo do presente artigo provando que a técnica de *upcycling* pode ser uma alternativa para uma moda sustentável e consciente.

REFERÊNCIAS

ANICET, Annie. BESSA, Pedro. BROEGA, Ana Cristina. **Ações na área da moda em busca de um design sustentável.** VII Colóquio de Moda, Maringá, 2011. Disponível em < <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/14959/1/GT89897%20A%C3%A7%C3%B5es%20na%20%C3%A1rea%20da%20moda%20em%20busca%20de%20um%20design%20sustent%C3%A1vel.pdf>>. Acesso em 30 de ago. 2019.

ATLÂNTICA, Sos Mata. **Mata Atlântica: a casa da maioria dos brasileiros.** São Paulo, 2016. Disponível em< <https://www.sosma.org.br/nossas-causas/mata-atlantica/>>. Acesso em 08 de Nov. 2019.

BERGAMO, Alexandre. **O Campo da Moda.** São Paulo, 1998. Disponível em< http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-77011998000200005/>. Acesso em 11 de out. 2019.

BERLIM, Lilyan. **Moda e Sustentabilidade:** uma reflexão necessária. São Paulo, 1.ed. Editora Estação das Letras e Cores, 2012.

BRASIL, Nações Unidas. **Transformando Nosso Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável.** 2019. Disponível em < <https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>>. Acesso em 15 de nov. 2019.

CAMARGO, Ana Luiza de Brasil. **Desenvolvimento sustentável:** dimensões e desafios. Campinas, SP: Papyrus, 6ªed. 2012.

CARVALHAL, André. **Moda com Propósito: manifesto pela grande virada.** São Paulo. 1.ed. Editora Schwarcz s.a. 2016.

CIETTA, Enrico. **A economia da moda: porque hoje um bom modelo de negócios vale mais do que uma boa coleção.** São Paulo, 1.ed. Editora Estação das Letras e Cores, 2017.

COLOMBO, Luiz Antônio. **Entenda os três pilares da sustentabilidade.** São Paulo, 2014. Disponível em < <https://www.teraambiental.com.br/blog-da-tera-ambiental/entenda-os-tres-pilares-da-sustentabilidade/>>. Acesso em 15 de out. 2019.

FERREIRA, Micaela La Delfa; TEIXEIRA, Fábio Gonçalves; COSTA, Thays Neves. **Redução de Resíduos Têxteis por Meio de Projeto de Produto de Moda.** Rio Grande do Sul, (2015). Disponível em <https://www.researchgate.net/publication/289479287_Reduc%C3%A7%C3%A3o_de_Res%C3%ADuos_T%C3%94xteis_por_Meio_de_Projeto_de_Produto_de_Moda>. Acesso em 20 de set. 2019.

FLETCHER, Kate, GROSE, Lynda. **Moda e Sustentabilidade**. São Paulo. Editora Senac, São Paulo, 2011.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GWILT, Alison. **Moda sustentável: um guia prático**. 1.ed. São Paulo, Editora G. Gilli Ltda. 2014.

IEMI. **Instituto de estudos e Marketing Industrial (IEMI) analisa tendencias para 2013**. Disponível em <<http://www.iemi.com.br/instituto-de-estudos-e-marketing-industrial-iemi-analisa-tendencias-para-2013/>>. Acesso em 17 de out. 2019.

LEE, Matilda. **Eco Chic: o guia de moda ética para a consumidora consciente**. São Paulo, Editora Larousse do Brasil, 2009.

PAOLIELLO, Piera Consalter; SOUZA, Patrícia de Mello. **Remodelagem aplicada ao conceito de upcycling: alternativa para descartes têxteis**. 11º Colóquio de Moda – 8ª Edição Internacional. 2015. Disponível em: <<file:///C:/Users/user/Documents/TCC/CO-8-REMODELAGEM-APLICADA-AO-CONCEITO-DE-UPCYCLING.pdf>> Acesso em 02 set. 2019.

PINTO, Adriana; SOUSA, Cyntia Santos Malaguti. **Roupas feitas de roupas**. São Paulo, 2015. Disponível em: <http://www.sp.senac.br/blogs/revistainiciacao/wp-content/uploads/2015/12/125_IC_artigo_revisado.pdf>. Acesso em 02 set. 2019.

SABRÁ, Flávio Glória Caminada. **Os agentes sociais envolvidos no processo criativo no desenvolvimento de produtos da cadeia Têxtil**. São Paulo, 1.ed. Editora Estação das Letras e cores, 2016.

SAFFI, Beatriz. Brasília escala humana Upcycling com tecido descartado para a marca Pau-Brasília. **Instituto de Artes Departamento de Desenho Industrial**. Brasília, 2015. Disponível em:<https://www.researchgate.net/publication/329259566_Importancia_do_'upcycling'_no_desenvolvimento_da_moda_estudo_de_caso_da_marca_Recollection_Lab>. Acesso em: 02 set. 2019.

SALCEDO, Elena. **Moda ética para um futuro sustentável**. São Paulo, Editora GG Brasil, 2014.

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do trabalho Científico**. São Paulo, Editora Cortez, 2007.

SILVA, José da; SOUZA, Maria de. **Os impactos ambientais gerados pelas indústrias de vestuário e as possibilidades de sustentabilidade por meio da técnica de upcycling**. São Paulo, 13º colóquio de Moda, 2017. Disponível em <<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20->

%202017/PO/po_8/po_8_OS_IMPACTOS_AMBIENTAIS_GERADOS.pdf>. Acesso em 15 de set. 2019.

SCHULTE, Neide Köhler; LOPES, Luciana. **A moda no contexto da sustentabilidade**. 2013. Disponível em: <<http://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/3485>> Acesso em 20 de ago. 2019.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda**: planejamento de coleção. 4.ed. Brusque: D. Treptow, 2007.

VIEIRA, Sonia. **Como elaborar questionários**. São Paulo, 1.ed. Editora Atlas S.A. 2009.

YAMAOKA, Eloi Juniti. **O uso da internet**. In DUARTE, J. BARROS, A. Métodos e técnicas de pesquisas em comunicação. São Paula. 2.ed. Editora Atlas, 2006.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO

A presente pesquisa faz parte do Trabalho de Conclusão de Curso do curso de Design de Moda da Universidade do Vale do Taquari (Univates) e tem a intenção de compreender como as consumidoras percebem a sustentabilidade na moda e a técnica de *upcycling*, que utiliza materiais descartados (vestuário ou resíduo têxtil) para criar novos produtos. Esta pesquisa é destinada para mulheres que sejam consumidoras de moda.

1. Qual a sua idade?

- ☐ 15 – 25 anos
- ☐ 25 – 35 anos
- ☐ 35 – 45 anos
- ☐ 45 – 55 anos
- ☐ mais de 55 anos

2. O que é sustentabilidade na moda para você?

- ☐ Roupas feitas com materiais reciclados.
- ☐ Roupas que tenham o ciclo de vida prolongado.
- ☐ Artigos de moda produzidos a partir de um processo de produção limpa e transparente, que não agrida o meio ambiente.
- ☐ Outro. Qual? _____.

3. Ao comprar roupas, você pensa no impacto que o setor da moda exerce sobre o meio ambiente?

- ☐ Sim
- ☐ Não

4. Você conhece alguma marca de moda sustentável?

- ☐ Sim Qual?
- ☐ Não.

5. Como você descarta suas roupas?

- ☐ Faço doação.
- ☐ Vendo as peças que não uso.
- ☐ Coloco no lixo.
- ☐ Outro. Qual? _____

6. Você pensa que produtos feitos a partir da prática do upcycling podem ser uma maneira de reduzir o impacto do setor têxtil sobre o meio ambiente?

- ☐ Sim.
- ☐ Não.

7. Você compraria produtos feitos a partir da reutilização de peças de vestuário ou do resíduo da indústria têxtil?

- ☐ Sim.
- ☐ Não.

8. Quais produtos você pensa que podem ser produzidos a partir da técnica do upcycling? Quais você consumiria?

9. Você pensa que os produtos feitos a partir do upcycling podem não agradar a todos os consumidores por serem feitos com materiais de descarte?

- ☐ Sim.
- ☐ Não.

Justifique.

APÊNDICE B – COLEÇÃO RECRIAR











UNIVATES

R. Avelino Tallini, 171 | Bairro Universitário | Lajeado | RS | Brasil
CEP 95900.000 | Cx. Postal 155 | Fone: (51) 3714.7000
www.univates.br | 0800 7 07 08 09